

SELOS DE IDENTIFICAÇÃO DE QUALIDADE E ORIGEM: PARA ONDE VÃO AS PRODUÇÕES ALIMENTARES TRADICIONAIS?

The seals of identification of quality and origin: where do the traditional food productions go?

Berenice Giehl Zanetti von Dentz*

Clécio Azevedo da Silva**

* Professora de Gastronomia, panificação e confeitaria no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC) – berenicez@ifsc.edu.br.

** Professor do Departamento de Geociências da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) – clecio.silva@ufsc.br.

Recebido em 08/04/2019. Aceito para publicação em 20/04/2019.
Versão online publicada em 26/04/2019 (<http://seer.ufrgs.br/paraonde>)

Resumo: A introdução de processos industriais no sistema agroalimentar ocasionou um distanciamento entre os alimentos e os seus territórios de origem. O “substitucionismo” impôs uma produção em grande escala em um contexto concorrencial. O tema tem sido objeto de críticas e de revisão, por força de uma crise da “qualidade” da produção, onde se propaga o uso de ferramentas de identificação, certificação e proteção da qualidade agroalimentar. Durante a realização do doutorado sanduíche no *Centre Ressources des Terroirs* (França), conhecemos experiências relativas aos selos de identificação de qualidade e origem (SIQO). Estes contribuem para ampliar o mercado dos produtos alimentares tradicionais, valorizando o trabalho dos pequenos artesãos e de suas práticas “naturais”. Porém, apesar dos aspectos positivos dessas estratégias, elas exigem um grau de organização da comunidade e padronização dos processos e produtos que muitas vezes inibem e limitam seu uso.

Palavras-chave: Produção de alimentos; valorização de produtos tradicionais; selos de qualidade e origem.

Abstract: The introduction of industrial processes in the agrifood system has caused a separation between food and its territories of origin. The "substitutionism" imposed a large-scale food production in a competitive market. The theme has been subject of critical analysis and review, because of a crisis in the "quality" of the production, where the use the tools of identification, certification and protection of the agrifood quality. During the my doctorate at the *Centre Ressources des Terroirs* (France), i had access to experiences related to the seals of identification of quality and origin of products (SIQO). The seals contribute to imply the market of traditional food products, appreciating the small artisans work and their "natural" practices. However, despite the positive aspects of these strategies, they require a degree of community organization and standardization of the processes and products that often inhibit and limit their use.

Key-words: Food production; valorization of traditional products; seals of identification of quality and origin.

1. Introdução

Através do conhecimento da experiência francesa com os selos de identificação de qualidade e origem dos alimentos (SIQO) o trabalho busca apresentar os estudos de caso analisados durante a realização de estágio sanduíche no *Centre de Recherche Ressources des Terroirs em Bourg-en-Bresse* (França) vislumbrando possibilidades e perspectivas compatíveis à realidade brasileira, em especial aquela estudada, na região da Grande Florianópolis, em Santa Catarina (Brasil).

É sabido que o modelo francês de identificação de produtos – pela sua origem ou qualidade diferenciada – é o mais antigo e um dos mais consistentes e abrangentes, porém mesmo neste país

pioneiro, o surgimento e criação desta importante ferramenta de valorização e proteção dos produtos locais, é cercada por diversos questionamentos e dificuldades, o que faz com que tais instrumentos tenham que se apresentar muito dinâmicos para acompanhar a evolução que permeia a percepção da qualidade na produção, comercialização e consumo de alimentos.

Este interesse pela qualidade permeia há muito tempo o sistema agroalimentar, e os agricultores, levados pelas diferentes leis agrícolas e apoiados por diversas instâncias nacionais e internacionais, tiveram, nos últimos anos, como principal objetivo produzir mais para alimentar uma população progressivamente crescente. Com a concorrência mais internacionalizada, o constante declínio dos preços dos produtos originou um modelo de consumo de massa de baixo custo, reduzindo também o orçamento destinado à alimentação. A atividade agrícola na gestão do espaço rural se limitou a uma função básica e reducionista de produção, e o “substitucionismo” reduziu o produto rural a um simples insumo industrial, eliminando, desta forma, o processo artesanal de produção, seja pela utilização de matérias-primas não agrícolas, ou pela criação de substitutos industriais dos alimentos (GOODMAN et al., 1990).

O resultado foi, entre outros, uma produção em grande escala em um contexto concorrencial, a concentração das explorações em determinadas regiões e a emergência de normas de homogeneização de qualidade standard dos produtos agrícolas.

Conjuntamente a tais fatos, verificamos que as principais crises vivenciadas no sistema alimentar tiveram sua origem em processos industriais, especialmente construídos na visão de uma nova imagem de parte da agricultura: industrial, isolada do território, que faz uso de técnicas pouco controladas, e finalmente; perigosa. Assim, conforme destacam Sylvander et al., (2005), a construção da qualidade encontra sua origem em uma crise social de ordem geral (crise de confiança dos consumidores, e mais amplamente de toda sociedade, na qualidade sanitária ou gustativa dos produtos), mas igualmente em uma crise concorrencial (concorrência desleal, de falsificação ou imitação de produtos).

Neste sentido, os selos oficiais de qualidade e de origem dos produtos agrícolas e alimentares não são uma resposta oportunista e recente às estratégias de segmentação dos mercados. Trata-se de um processo muito longo, criado no início do século XX, visando dotar a França de instrumentos de competitividade para a qualidade e a origem de seus produtos, em benefício dos consumidores, dos profissionais do setor e do planejamento territorial.

Esses selos oficiais constituem um mecanismo de competitividade à disposição dos produtores, transformadores e distribuidores, e satisfazem as preocupações dos consumidores em relação à qualidade e a origem geográfica dos produtos (QUALITOR, 2000).

Existem diversos selos oficiais de identificação da qualidade e origem alimentar, podendo estar relacionados à origem (Identidade Geográfica Protegida – IGP; Apelação de Origem Controlada – AOC; Apelação de Origem Protegida – AOP) à garantia de uma qualidade superior (*Label Rouge*); à conservação de uma receita e de um modo de fazer tradicional (Especialidade Tradicional Garantida – STG); ou ainda ao respeito e a preservação do meio ambiente (*Agriculture Biologique – AB*) (LOUIS, 2001, p.6); além dos instrumentos de diferenciação complementares às iniciativas oficiais, os quais também tivemos a chance de conhecer durante a realização do estágio na França.

No entanto, percebemos que apesar dos diversos aspectos positivos dessas estratégias, os selos oficiais exigem um grau de organização da comunidade e padronização dos processos e dos produtos que muitas vezes inibem e limitam o seu uso, demandando iniciativas e ferramentas próprias, destinadas para cada produto e território específico, de acordo com sua realidade.

2. Desenvolvimento

Para realização do estágio doutoral no exterior optou-se pela região do *Rhône-Alpes*, localizada no centro-oeste da França, onde na cidade de *Bourg-en-Bresse* está sediado o escritório do *Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS)*, com o pólo *Ressources des Terroirs*, sob direção da pesquisadora Laurence Bérard, co-orientadora do referido estágio. A região é a primeira em número

de produtos certificados com SIQO, e por isso também sedia o escritório do *Institut National de l'origine et de la qualité (INAO)*, órgão responsável pelos SIQO na França.

Tendo como objetivo conhecer e analisar os SIQO e demais ferramentas de identificação e valorização dos produtos tradicionais e locais optamos por reconhecer três estudos de caso, conforme segue: a) um exemplo de experiência exitosa, de um grupo que possui um selo oficial e que apresenta notoriedade para cumprir as exigências necessárias na manutenção deste selo. Para este caso, selecionamos as experiências das *Volailles de Bresse* e do queijo *Comté*, ambos produtos com Apelação/Denominação de Origem Controlada e Protegida (AOC/AOP); b) também escolhemos compreender o exemplo de um produto que não conseguiu obter um selo oficial, no caso, a *Rosette de Lyon*, um embutido de qualidade diferenciada que suspendeu a demanda de Identidade Geográfica Protegida (IGP) em função de um conflito existente entre o grupo demandante; c) por fim, decidimos analisar o exemplo de um grupo que optou por outra forma de identificação e reconhecimento, os *Poissons de Dombes*, que após ter dado entrada no pedido de uma Identidade Geográfica Protegida (IGP), decidiu, de forma coletiva e durante o processo de solicitação, interromper a demanda e optar por uma marca coletiva, sem restrições ou limitações, nem custos de controle, com objetivo de tornar o produto conhecido e valorizado.

Assim, detalharemos os exemplos selecionados, apresentando seus históricos, principais vantagens e dificuldades.

a) *Comté*

O *Comté* é um queijo de massa prensada cozida, elaborado com leite cru e de acordo com normas rígidas, previstas em um caderno de especificações. Conta com um selo oficial (AOC/AOP) desde 1958. Para o fabrico deste produto, o leite deve ser proveniente unicamente de vacas da raça *Montbéliarde*, alimentadas apenas com pasto cultivado na zona delimitada, e sem uso de OGMs. O leite é coletado em diversas fazendas, pois de acordo com as normas, deve ser um leite de “mistura”, quer dizer que precisa ser proveniente de um grupo de produtores. Nas *frutières* – como são chamadas as cooperativas de produção artesanal dos queijos – são usados tachos de cobre, que devem permanecer abertos, para permitir que o mestre *fromager* possa imprimir o seu saber-fazer durante a produção. No momento da *affinage*, que é o processo de maturação ou cura dos queijos, estes são dispostos sobre tábuas de *épicéa*, uma variedade de pinheiro que apresenta as melhores características para garantir uma perfeita maturação do produto.

Como a produção deve ser diária, o *Comté* se tornou o primeiro queijo francês em toneladas, e o selo AOP garante, de acordo com Rigolot (2016), segurança; reconhecimento de uma ligação ao terroir; de um patrimônio; de um saber-fazer; confere proteção do nome do produto, e uma garantia contra falsificações; permitindo uma melhor valorização dos produtos, à exemplo do preço do leite para produção do *Comté*, que chega a ser na ordem de 30 à 40% mais elevado que o preço do produto standard nacional.

O sucesso do setor é frequentemente associado a sua capacidade de conciliar “tradição” e “modernidade”, e conhecendo a realidade, foi possível observar que trata-se de um produto diferenciado, que aporta características de uma zona geográfica delimitada, assim como aspectos naturais e humanos. É um produto que possui anos de história, com um selo oficial bem consolidado, um grupo engajado e políticas que incentivam a produção tradicional, de forma artesanal e o saber-fazer local.



Foto 01: produção, maturação e identificação do queijo *Comté*.
Fonte: Zanetti von Dentz, 2016.

a.a) *Volailles de Bresse*

Galinhas, frangos e capões das raças *galoise* ou *bresse*, criados soltos em pleno ar livre, que buscam sua própria alimentação durante um período de rota gramínea, ou recebem apenas cereais selecionados e leite provenientes da própria localidade e sem OGMs, durante um período de engorda nas caixas chamadas de *épinettes*, e um abate tardio, são algumas das especificidades das *Volailles de Bresse*, aves que contam com o selo AOC/AOP desde 1957. Em função dos processos previstos e obrigatórios na criação, estas aves apresentam características sensoriais superiores, e são um símbolo importante da gastronomia francesa, inclusive em função da analogia feita entre as cores do animal (penas brancas, patas azuis e cristas vermelhas) com as da bandeira do país. Além das singularidades da criação, outros aspectos são relevantes neste produto: o processo de *roulage* ou *emmaillotage*, onde as aves, logo após o abate são envolvidas em pano de linho e fortemente amarradas. Essa técnica permite que a gordura, adquirida durante o período de confinamento, possa ser entremeada na carne, rica em músculos, desenvolvidos durante o período em liberdade; e a realização dos “*Les Glorieuses*”, concursos tradicionais que premiam e valorizam as melhores aves e são realizados há mais de 150 anos.

A criação das aves está intimamente ligada ao selo que responde aos modos de condução tradicional através de um rígido caderno de especificações, e mantém seu desenvolvimento,

privilegiando seu lugar no mercado “*haut de gamme*”. Reconhecido como produto luxuoso pela gastronomia francesa, é comercializado em açougues especializados (40%), restaurantes (25%), distribuidores (24%) e em supermercados (11%). Seu mercado é dividido entre Paris (30%), o restante da França (65%) e a exportação (5%). O Japão é o maior comprador há dezenas de anos. O consumo é também regional e a venda direta tende a se desenvolver, porque ela permite ao produtor conservar uma margem de lucro mais importante.

Concluimos que este setor também apresenta-se consolidado, sendo um produto de renome e altamente valorizado em toda a França e demais países. Porém, o setor discute constantemente a necessidade de alterações e inovações que vêm se mostrando necessárias, principalmente no que tange a maior praticidade em relação a preparação do produto, o que não agrada em nada os produtores e consumidores mais tradicionais, que defendem que tais aves, em função da cultura relacionada a sua produção, devem ser comercializadas apenas inteiras, como rege a mais antiga tradição.

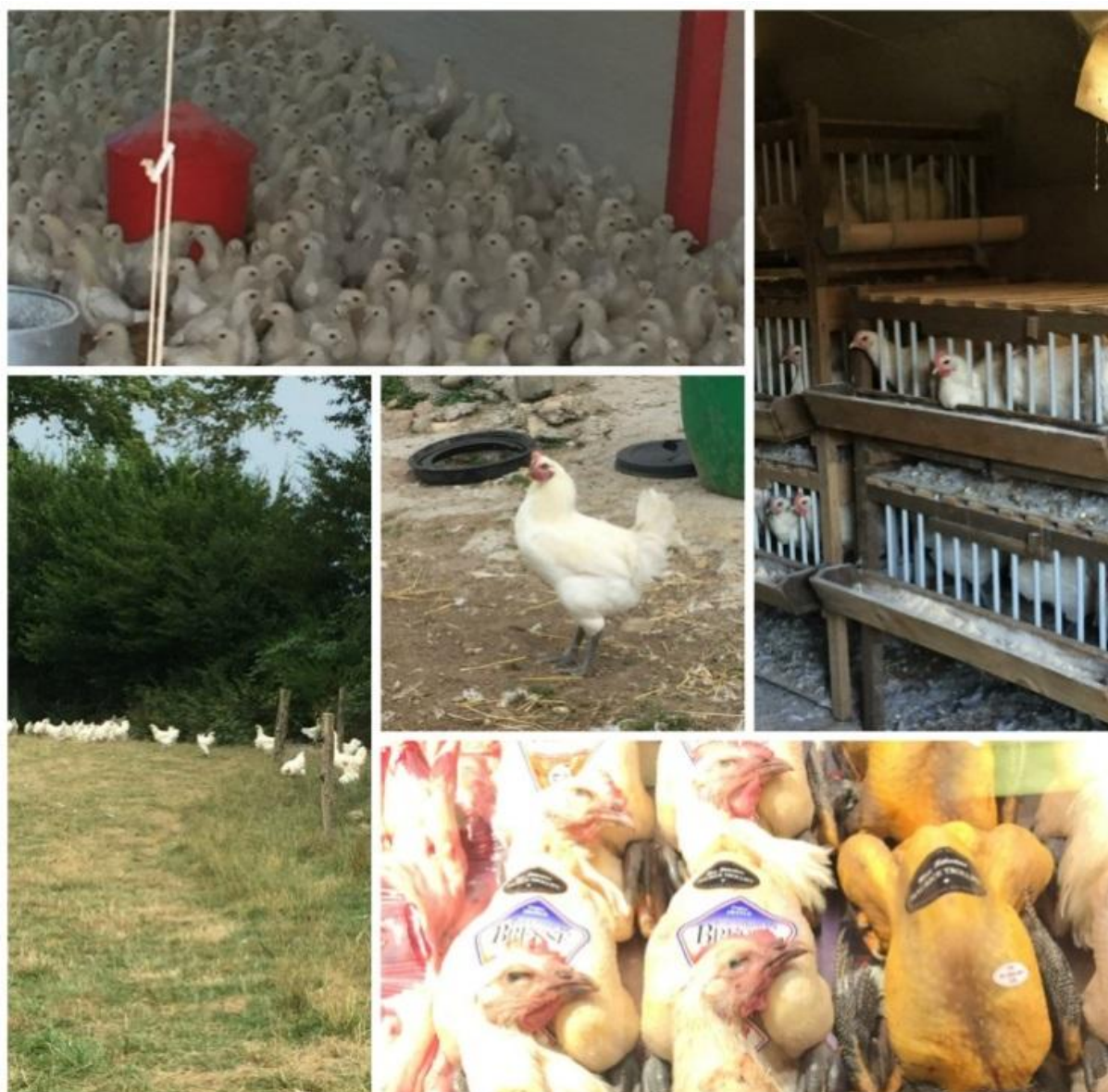


Foto 02: criação das *Volailles de Bresse*, ao nascer, soltas durante percurso gramíneo; confinadas nas *épinettes*; e prontas para o consumo.

Fonte: Zanetti von Dentz, 2016.

b) *Rosette de Lyon*

A *Rosette de Lyon* é um embutido de qualidade superior, tradicionalmente produzido por artesãos da “boucherie” na zona geográfica em torno da cidade de *Lyon*, e é assim chamada em função da tripa natural utilizada na sua produção, que leva o nome de rosette, pela sua coloração rosácea.

Nos últimos anos a grande indústria da carne passou a produzir o embutido, reduzindo a qualidade do mesmo, bem como o preço de venda, em função da diminuição da qualidade da matéria-prima utilizada no preparo do produto e pela incorporação de processos industriais. Tradicionalmente este embutido é produzido com carnes e gorduras nobres, de alta qualidade e no seu preparo é utilizada a tripa natural. A indústria alterou as características do produto, utilizando cortes de carne de qualidade inferior e a tripa sintética. Em função dessa importante discordância, o grupo demandante não conseguiu atingir um consenso e a demanda de uma Identidade Geográfica Protegida (IGP), junto ao INAO, foi interrompida.

Um novo grupo demandante está sendo formado, composto majoritariamente por industriais do setor, e com a exclusão quase que total dos artesãos tradicionais. Assim, pudemos constatar que a qualidade do produto será modificada, em função do processo industrial de fabricação, com inclusão de aditivos químicos, redução da qualidade da matéria-prima e dos custos. Sabemos que a industrialização dos processos induz uma corrida ao rendimento e a rentabilidade e os industriais são obrigados a serem cada vez mais eficazes frente a uma grande distribuição que não discute outra coisa que não o preço e a viabilidade do produto.



Foto 03: *Rosette de Lyon*, sendo comercializada em mercados e feiras locais; tripa natural utilizada na produção.

Fonte: Zanetti von Dentz, 2016.

Neste caso observamos que a obtenção de uma IGP corre o risco de penalizar as produções artesanais. Poderíamos imaginar que as iniciativas de proteção da cultura alimentar pudessem apoiar os artesãos, detentores legítimos dos saberes e fazeres sobre os quais o produto se apoia, no entanto, não parece ser o caso, pois a IGP, como é hoje concebida, se endereça às indústrias agroalimentares que precisam das indicações geográficas para melhor negociar seus referenciais na grande distribuição e se protegerem da concorrência, fora da zona de fabricação tradicional (BÉRARD, 2012).

c) *Poissons de Dombes* (Carpa e *Brochet de Dombes*)

A criação e consumo de peixes na região apresenta forte relação com a religião, onde durante o século XIII, eram impostos 180 dias de jejum, e havendo necessidade de abastecer todos os habitantes dos arredores de *Lyon*, os monges incentivaram a população a cavar açudes, que seriam cheios com a água da chuva e onde se poderia criar peixes em abundância. Também foi o surgimento dos açudes e a criação de peixes que permitiu o cultivo de cereais em terras que anteriormente eram inférteis.

A criação de peixes na região de *Dombes* segue um sistema de exploração original, alternando a criação de peixes em água e a cultura de cereais a seco (*período d'assec*). Os açudes são alimentados graças a uma rede muito densa de valas de água da chuva. A cada ano, os açudes são completos com os alevinos que são pescados no outono seguinte. A cada 4 ou 5 anos, os açudes são secos e sobre eles cultivam-se cereais, principalmente aveia e milho, o que sem a presença dos açudes seria impossível o desenvolvimento deste tipo de cultivo.

Os 1100 açudes da região, cobrem em torno de 12 mil hectares e produzem entre 150 e 400 kg de peixes por hectare, que são vendidos para Alemanha, a maior consumidora e apreciadora da qualidade das carpas criadas de forma extensiva nas zonas piscícolas francesas. No entanto, a população local pouco consome e não reconhece ou sequer, se identifica com o produto, e isto fez com que o grupo que havia demandado uma IGP, interrompesse o processo, que já havia sido encaminhado pelo INAO para o grupo europeu, e decidiu apostar em uma marca coletiva, com o principal objetivo de tornar o produto reconhecido e valorizado pela população local.



Foto 04: Criação dos *poissons de Dombes*; dia da pesca de forma tradicional; logotipo da marca coletiva.

Fonte: Zanetti von Dentz, 2016.

Em estudo realizado sobre o consumo da carpa de *Dombes* (Balvet, 1997), demonstrou que como produção local e tradicional, esse peixe não é apreciado pela população francesa em geral. Somente a população de *Dombes*, e particularmente as pessoas mais próximas do sistema piscícola procuram e consideram este alimento. O que nos leva a concordar que o grupo agiu corretamente ao apostar no uso de uma marca coletiva em detrimento de um selo oficial de qualidade e de origem, pois a carpa ainda permanece um produto pouco valorizado e também pouco consumido na região, fato que comprova que antes da sua proteção, existe a necessidade do seu reconhecimento e valorização por parte da população e consumidores locais.

3. Considerações Finais

A globalização econômica tem ampliado e aprofundado os processos de circulação de símbolos, signos e pessoas, por um lado misturando traços distintivos das mais variadas culturas, por outro tornando esses elementos de singularidade objetos de desejo, revalorizando o local e a sua tipicidade. Nessa perspectiva, global e local não se apresentam como polos contrários, mas como complementares aos movimentos e dinâmicas das inserções socioculturais e econômicas na

atualidade.

Nesse contexto, são cada vez mais valorizados os produtos que apresentam relação com aspectos socioculturais, ambientais e geográficos – produtos que podem se enquadrar no que Gilmore e Pine (1999) chamam de “produtos da economia da experiência”, por serem capazes de proporcionar sensações de bem-estar físico, psíquico e espiritual.

Vislumbrando este contexto atual (mas não recente) de discussão, e a partir dos estudos de caso, entrevistas com especialistas, pesquisadores e profissionais dos setores analisados durante a realização do estágio na França, verificamos que até mesmo em território francês a implantação de ferramentas de reconhecimento, valorização e proteção, como os selos oficiais de identificação de qualidade e origem (SIQO) não representa uma unanimidade, especialmente entre os produtores. Podemos perceber que o selo traz sim uma proteção e possível valorização, com maior reconhecimento dos produtos, mas na prática, como em todas as regras, as exceções são muitas, e por isso cada produto deve ser analisado em particular, levando-se em conta todas suas especificidades, para então propor a forma mais eficaz de reconhecimento, proteção e valorização.

Os estudos realizados na região do *Rhône-Alpes* na França, permitiram constatar que a conquista e a manutenção de um SIQO não são tarefas simples, nem mesmo para os produtores estabelecidos naquele país, onde é histórica a experiência e relação dos produtos com o seu local de origem, seu território, sua identidade, sua tipicidade e saber-fazer tradicional.

Entendemos que o modelo francês e europeu de identificação de origem e qualidade dos produtos é muito qualificado, e que representa um importante diferencial competitivo e indiscutível ferramenta de proteção e reconhecimento dos produtos. No entanto, são produtos diversos, com realidades completamente distintas e por isso criticamos a possibilidade de simplesmente fazer uso de um modelo pronto e único e incorporá-lo à realidade brasileira e catarinense.

Precisamos levar em consideração demais aspectos tais como as más condições das estradas, a carência de assistência técnica, a dificuldade de acesso a determinados bens e serviços, e principalmente as normas e regulamentações que regem as produções tradicionais e artesanais no Brasil (SGARBI e MENASCHE, 2015). Esses fatos nos levam a crer que outras possibilidades de valorização, além das denominações e selos oficiais de qualidade e origem, devam ser pensadas, para que estas ferramentas possam efetivamente representar um fator de inclusão para as produções artesanais e tradicionais.

Nos casos analisados, foi possível constatar que dois deles (*Volailles de Bresse* e *Comté*) mostram-se bastante exitosos, e que os selos de identificação representam ganhos para todo o setor, mas também podemos nos deparar com outros dois casos, onde um selo oficial pode prejudicar os aspectos característicos e tradicionais da produção artesanal (*Rosette de Lyon*), ou ainda não apresentar a função primordial de reconhecimento do produto (*Poissons de Dombes*), por isso a importância de se considerar a realidade local e territorial onde as ações serão desenvolvidas.

4. Referências

BALVET, Delphine. *La carpe de la Dombes: des représentations à la consommation*. Etude anthropologique d'une production de terroir ambivalente, Mémoire de DEA de Sociologie et sciences sociales, Université Lumière Lyon 2, 122 p. 1997.

BÉRARD, Laurence; Les artisans charcutiers, parents pauvres de la valorisation de la culture alimentaire. In: *Alimentation et territoire*. n. 215-216, 2012. p 227-232.

GILMORE, James; PINE, Joseph. *The Experience Economy. Work is a theatre & every business is a stage*. Harvard Business School Press: Boston. 1999. 254p.

GOODMAN, David.; SORJ., Bernardo.; WILKINSON, John. “A substituição industrial do produto rural”, In: *Da lavoura às biotecnologias*. Trad. de Carlos Eduardo Baesse e Carlos Schiottfeldt. Rio de Janeiro, Campus, 1990. p 51-87.

LOUIS, Gilbert. *Qualité et origine des produits agricoles et alimentaires*. Les éditions des Journaux Officiels. République Française, Paris, 2001. 211p.

QUALITOR. *L'officiel des produits alimentaires de qualité et d'origine*. Demeter: Saint-Cloud, 2000.

RIGOLOT, Cyrille. 2016. Le capital social des filières: une dimension essentielle de leurs capacités d'adaptation. Illustration avec la filière Comté. *Cahier Agricultures* 25. 2016. 6p.

SGARBI, Jaqueline Santos; MENASCHE, Renata. Valorização de produtos alimentares tradicionais: os usos das indicações geográficas no contexto brasileiros. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, Bogotá, Colômbia, 12 (75), 2015, p. 11-30.

SYLVANDER, Bertil; ALLAIRE, Gilles; BELLETTI, Giovanni, MARESCOTTI, Andrea, BARJOLLE, Dominique., THEVENODMOTTET, Erik, TREGGAR, Angela. Les dispositifs français et européens de protection de la qualité et de l'origine dans le contexte de l'OMC: justifications générales et contextes nationaux. *Symposium International INRA-PSDR "Territoires et enjeux du développement régional"*, Lyon, 9-11 mars, 2005. 21p.